

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Analisis Resepsi Pada Kebijakan Wajah Baru Maliboro Pada Pedagang Kaki Lima, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ini :

Dari hasil wawancara mendalam yang sudah dilakukan oleh penulis dengan lima informan, dapat disimpulkan masing-masing informan memiliki caranya sendiri dalam menerima sebuah pesan. Mayoritas informan ada pada posisi dominan hegemonik, sisanya berada diposisi negosiasi, sedangkan pada posisi oposisi tidak ditemukan. Terjadinya keberagaman pemaknaan ini sangat mungkin terjadi pada setiap informan, hal ini mungkin terjadi mengingat beberapa faktor informan sehingga mereka memiliki caranya sendiri dalam memaknai sebuah pesan.

Informan yang berada pada posisi dominan hegemonik merasa bahwa informasi tentang Kebijakan Wajah Baru Malioboro diinformasikan dengan cukup baik, dan memiliki tanggapan positif atas Kebijakan Wajah Baru Malioboro, dan cenderung puas dengan hasil implementasi Kebijakan Wajah Baru Malioboro. Berdasarkan hal tersebut, maka ketiga informan dari lima informan (Mas Aziz, Mas Yogi dan Ibu Suratni) ini dapat diklasifikasikan ke dalam posisi dominan-hegemonik. Di klasifikasi dominan hegemonik karena para informan tersebut interpretasi atau pemaknaannya sesuai dengan apa yang diinginkan pemberi informasi.

Mas Aziz, Mas Yogi dan Ibu Suratni yang memiliki ciri karakter khas orang Yogyakarta yaitu menerima dan menanggapi segala hal dengan positif dan baik menjadikannya mudah menerima setiap kebijakan yang sudah dibuat oleh pemerintah tanpa adanya penolakan yang berarti. Bagi mereka, perubahan itu pasti untuk kearah yang lebih baik lagi dari pada sebelumnya.

Sedangkan dua informan lainnya (Mas Yoshi dan Mas Aji) menempati posisi dinegosiasikan. Mereka yang berada pada posisi dinegosiasikan mengungkapkan bahwa informasi yang diterima oleh pedagang kaki lima di kawasan Malioboro kurang mendetail dan kebijakan diputuskan tanpa membuka ruang untuk mengajukan keberatan namun mereka tetap menerima kebijakan tersebut dengan baik. Mereka yang berada dalam posisi dinegosiasikan secara umum sejalan dengan kode-kode pesan yang diterima, namun dirinya masih melakukan modifikasi sedemikian rupa sehingga mencerminkan posisi dan minat pribadinya.

Mas Aji yang memiliki background pendidikan HI memiliki pandangan tambahan mengenai implementasi dari Kebijakan Wajah Baru Malioboro tentang tidak adanya tempat bagi para pedagang kaki lima untuk mengajukan sebuah keberatan walau pada dasarnya ia menerima. Memiliki background pendidikan yang luas pasti menjadikannya lebih kritis dalam melihat implementasi kebijakan tersebut. Begitu juga Mas Yoshi yang memiliki pandangan tambahan terkait kurang mendetailnya pembangunan di Malioboro membuat ia merasa kurang *sreg* walau pada dasarnya ia menerima kebijakan tersebut.

Sedangkan untuk posisi oposisi pada penelitian ini tidak ditemukan pada 5 informan yang sudah melakukan wawancara. Hal ini terjadi karena tidak menemukan adanya informan yang memiliki pemaknaan yang menolak Kebijakan Wajah Baru Malioboro. Hal ini diduga karena pada dasarnya, pedagang kaki lima di kawasan Malioboro memahami alasan dan manfaat dari Kebijakan Wajah Baru Malioboro untuk perekonomian mereka dan citra kota secara keseluruhan.

5.2 SARAN

- a. Bagi penelitian selanjutnya, apa yang penulis tulis dapat digunakan untuk koreksi ataupun acuan yang digunakan untuk penulisan penelitian lainnya yang berkaitan dengan analisis resepsi dalam studi pemaknaan khalayak.
- b. Bagi pemerintah, dalam pembangunan yang berdampak pada khalayak, sebaiknya pemerintah melakukan koordinasi yang baik pada khalayak yang terdampak secara terbuka.
- c. Selain itu peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya meneliti tentang pemaknaan khalayak para pelaku ekonomi berdampak selain pedagang kaki lima tentang implementasi kebijakan pemerintah dalam membangun Malioboro.